

**PESAN DAKWAH DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@HAWAARIYYUN**

Skripsi

Diajukan untuk melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-
Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S. Sos)
Dalam Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Oleh :

**PUTRI ANGGRAITA BANTARI YULIAN
NPM. 1741010207**

Jurusan : Komunikasi Dan Penyiaran Islam

**PEMBIMBING I : Dr. Abdul Syukur, M.Ag
PEMBIMBING II : Dr. Hj. Rini Setiawati, S.Ag. M.Sos.I.**



**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
1443 H/2021 M**

**PESAN DAKWAH DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM
@HAWAARIYYUN**

Skripsi

Diajukan untuk melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-
Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S. Sos)
Dalam Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi



PEMBIMBING I : Dr. Abdul Syukur, M.Ag
PEMBIMBING II : Dr. Hj. Rini Setiawati, S.Ag. M.Sos.I.

FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
1443 H/2021 M

ABSTRAK

Dakwah adalah suatu kewajiban bagi setiap muslim dan muslimah di seluruh dunia. Oleh karena itu dakwah Islam harus fleksibel, mampu mengikuti perkembangan zaman dan dikemas dengan seunik mungkin sesuai kondisi lingkungan tersebut. Instagram adalah media sosial yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat semua kalangan tanpa batasan usia. Instagram saat ini menjadi salah satu media untuk mendapatkan informasi, sehingga banyak sekali Da'i dan Da'iyah yang berdakwah melalui Instagram seperti halnya akun Instagram @hawaariyyun yang menjadikan Instagram sebagai media dalam menyampaikan pesan dakwah.

Penelitian ini merupakan penelitian analisis kualitatif deskriptif. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kepustakaan (*Library Reserch*) yaitu dengan menggunakan buku, catetan maupun hasil laporan terdahulu. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik dokumenter, data online, observasi. Data yang diperoleh kemudian di analisis secara deskriptif dengan cara penyajian data, pengolahan data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa : Setelah dilakukan pengolahan data dapat ditemukan hasilnya yaitu *efek afektif* dimana followers akun Instagram @hawaariyyun berkomentar di kolom komentar pada setiap unggahan vidio yang telah dipilih dan menghasilkan respon simpati aktif yang cenderung lebih dominan memberikan dukungan dan tanggapan positif mengenai pesan dakwah yang disampaikan. Hal ini menjadikan Instagram sebagai media yang efektif dalam berdakwah. Dari keseluruhan penyampaian pesan dakwah di media sosial Instagram yang merupakan dakwah millennial pada saat ini mampu menciptakan dakwah yang inofatif sehingga mampu menarik followers untuk mengikuti apa yang disampaikan oleh da'i, materi yang dilihat dapat diputar berulang-ulang tanpa batasan waktu.

Kata kunci : Dakwah, Instagram @hawaariyyun, Followers

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Putri Anggraita Bantari Yulian
NPM : 1741010207
Jurusan/Prodi : Komunikasi Penyiaran Islam (KPI)
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **"Pesan Dakwah Di Media Sosial Instagram @hawaariyyun"** adalah benar - benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *footnote* atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.



Bandar Lampung, Juli 2021

Penulis

10000
METERAN
TEMPER

FC26AJX305963303

Putri Anggraita Bantari Yulian

NPM. 1741010207



KEMENTERIAN AGAMA RI
UIN RADEN INTAN PROVINSI LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Alamat : Jl. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung. Telp (0721)703260

PERSETUJUAN

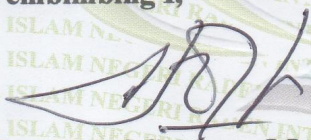
Judul Skripsi : **PESAN DAKWAH DI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM @HAWAARIYYUN**
Nama : **PUTRI ANGGRAITA BANTARI YULIAN**
NPM : **1741010207**
Jurusan : **Komunikasi Dan Penyiaran Islam**
Fakultas : **DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

MENYETUJUI

Untuk dimunaqasyahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqasyah
Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I,

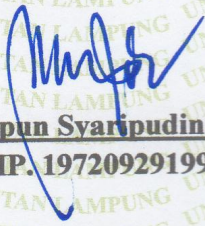
Pembimbing II,


Dr. Abdul Syukur, M.Ag
NIP. 196511011995031001


Dr. Hj. Rini Setiawati, S.Ag. M.Sos.I.
NIP. 197209211998032002

Mengetahui

Ketua Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam


M. Apun Syaripudin, S.Ag. M.Si
NIP. 197209291998031003



KEMENTERIAN AGAMA RI
UIN RADEN INTAN PROVINSI LAMPUNG
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI

Alamat : Jl. Endro Suratmin, Sukarama, Bandar Lampung. Telp (0721)703260

PENGESAHAN

Skripsi dengan Judul : **PESAN DAKWAH DI MEDIA SOSIAL**
INSTAGRAM @HAWAARIYYUN, Disusun oleh **PUTRI ANGGRAITA**
BANTARI YULIAN, NPM: 1741010207, Program Studi: **Komunikasi Dan**
Penyiaran Islam. Telah di Ujikan dalam sidang Munaqosyah di Fakultas
Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan pada Hari/Tanggal :
Kamis, 16 September 2021

TIM PENGUJI

Ketua : **Dr. Yunidar Cut Mutia Yanti, S.Sos., M.Sos.I** (.....)

Sekretaris : **Siti Wuryan, M.Kom.I** (.....)

Penguji I : **Dr. Fariza Makmun, S.Ag, M.Sos.I** (.....)

Penguji II : **Dr. Abdul Syukur, M.Ag** (.....)

Penguji Pendamping : **Dr. Hj. Rini Setiawati, S.Ag., M.Sos.I** (.....)



Mengetahui
Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si.

NIP.196104091990031002

MOTTO

فَاذْكُرُونِي أَذْكُرْكُمْ وَاشْكُرُوا لِي وَلَا تَكْفُرُونِ ﴿٩٧﴾

“Maka ingatlah kepada-Ku, Aku pun akan ingat kepadamu.
Bersyukurlah kepada-Ku, dan janganlah kamu ingkar kepada-Ku”
(Q.S. Al Baqarah : 152)



PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirrobbil'alamin

Teiring do'a dan rasa syukur atas kehadiran Allah SWT saya persembahkan skripsi ini kepada orang-orang yang selalu saya sayangi dan selalu memberikan motivasi dalam hidup penulis, terutama bagi :

1. Kedua orang tua tercinta, Ayahanda Yulianto dan Ibunda Suryani, dengan jiwa besar yang telah menunggu selesainya studi, yang telah memberikan kasih sayang dan mendidik dengan penuh cinta, terucap syukur dan terimakasih kepada kedua Orangtuaku yang selalu memberikan do'a restu serta dukungannya baik moril maupun materil.
2. Adikku Thariq Agenk Yulian dan Annisa Insyira Yulian yang telah memberikan semangat dan keceriaan canda tawa bersama, sehingga memberikan kekuatan dalam berjuang.
3. Emak, Bapak, Nenek Pawit (Alm), Mak Tuo, Mbah Gun, Mak Nii, Bunda Dini, Ayah Agus dan semua keluarga besar yang selalu mendoakan dan tak bosan memberikan semangat agar penulis menyelesaikan skripsi.
4. Diri saya sendiri, kepada kaki yang selalu siap diajak melangkah, jiwa yang dengan amat sabar dan bertahan meski banyak kesulitan, terimakasih kepada diri ini karena mampu melewati berbagai ujian dan selalu semangat.
5. Sahabat tercinta Tika Anggraini, Tiara Ayu, Gita Thalia, Puji Wiranata, Dwi Gemma Soegesti, dan Bella Ariestantia yang sudah seperti kakak sendiri, terimakasih karena selalu ada disaat-saat sulit dan selalu memberi keceriaan, kasih dan sayang.
6. Almamater tercinta UIN Raden Intan Lampung semoga tetap terjaga kejayaannya dalam mengembangkan kreativitas.

RIWAYAT HIDUP

Penulis, dilahirkan di Kota Bandar Lampung, Pada tanggal 20 Desember 1998. Penulis yang bernama lengkap Putri Anggraita Bantari Yulian adalah anak pertama dari tiga bersaudara, buah hati dari pasangan Ayahanda Yulianto dan Ibunda Suryani.

Penulis menempuh pendidikan pertama di TK Nurul Amal Garuntang dan lulus pada tahun 2005, setelah lulus dari TK melanjutkan pendidikan ke Sekolah Dasar Negeri 04 Sukaraja, Bandar Lampung dan lulus pada tahun 2011, Setelah lulus sekolah dasar kemudian melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 18 Bandar Lampung dan lulus pada tahun 2014, setelah lulus SMP penulis melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 16 Bandar Lampung dan lulus pada tahun 2017.

Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan lebih tinggi pada tahun 2017 dan diterima sebagai mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.



Bandar Lampung, Juli 2021

Putri Anggraita Bantari Yulian
NPM. 1741010207

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warrohmatullahi Wabarokatuh

Dengan mengucapkan syukur, tasbih, tahmid, tahlil dan takbir kepada Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat, rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pesan Dakwah Di Media Sosial Instagram @hawaariyyun”** ini.

Shalawat dan salam senantiasa penulis hanturkan kepada Nabi Muhammad SAW, teladan terbaik dalam segala urusan, menuju cahaya kemenangan dunia dan akhirat, beserta keluarga, sahabat dan para pengikutnya.

Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis tidak terlepas dari bimbingan, bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. Dr. H. Khomsahrial Romli, M.Si. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung yang telah memimpin fakultas ini dengan baik.
2. Bapak Dr. Abdul Syukur, M.Ag selaku dosen pembimbing I, dan Ibu Dr. Hj. Rini Setiawati, S.Ag. M.Sos.I. selaku dosen pembimbing II dalam skripsi ini yang dengan sabar telah membimbing dan memberikan masukan demi selesainya skripsi ini.
3. Bapak M. Apun Syaripudin, S.Ag., M.Si selaku Ketua Jurusan dan Ibu Yundar Cut Mutia Yanti, M.Sos.I selaku Sekretaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.
4. Bapak dan Ibu Dosen Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam dan staf Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang telah memberikan pengetahuan dan segenap bantuan selama menyelesaikan skripsi ini.
5. Ayah dan Ibu yang senantiasa memberikan doa dan kasih sayangnya dalam setiap langkah sehingga penulis bisa menyelesaikan perkuliahannya, semoga penulis dapat mencapai cita-cita.

6. Adikku Thariq Agenk Yulian dan Annisa Insyira Yulian yang selalu memberikan keceriaan canda tawa untuk menyemangati penulis hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Emak, Bapak, Mbah ni, Mbah Gun, Mak Tuo, Bunda Dini, Ayah Agus, dan seluruh keluarga besar yang siap siaga memberikan cinta dan kasih sayang serta perhatian yang tak terhingga sehingga memberikan motivasi dan semangat dalam menulis skripsi ini.
8. Adik sepupu Aditya Alghifary, Abidzar Hanafi Alfath, Danish Al Faqih yang senantiasa memberikan semangat lewat canda tawa, dan selalu menemani selama proses pengerjaan skripsi sehingga memberikan kekuatan.
9. Diga Fadia yang selalu menemani dan memberikan dukungan juga kepada semua tante yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
10. Sahabat tercinta, Tika Anggraini, Tiara Ayu, Gita Thalia, Puji Wiranata, Dwi Gemma, Ayu Meileni dan Bella Ariestantia yang sudah seperti kakak sendiri, terimakasih karena selalu ada tiap kali butuh bantuan, dan selalu memberikan hal positif serta semangat dalam penulisan skripsi ini.
11. Kepada teman-teman yang telah bersedia memberikan warna dan selalu membantu selama masa perkuliahan Mahroza Aulia Sari, Meylisa Elvianasari, Megaliana, Mitha Sulhu, Nurul Fitri Nadila Mirza, Lia Marsella, Yusril Ihza, Niki Bima, M. Rivaldy Jumady, Nur Salim, Dina Okta dan teman-teman yang tidak bisa disebutkan satu persatu.
12. Teman-teman seperjuangan Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2017 khususnya kelas KPI E yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
13. Teruntuk orang-orang yang turut membantu dan memberikan dukungan kak Yosieana Duli Delisma Tarigan selaku kakak tingkat KPI angkatan 2014 yang telah banyak membantu memberikan informasi, Riska Winda, M. Rivaldy Jumady, Nursalim.
14. Terimakasih untuk seluruh pihak yang turut membantu dan tidak bisa disebutkan satupersatu, tanpa kalian penulis tidak akan sampai pada titik ini.

Peneliti yakin tanpa bantuan dan bantuan dari berbagai pihak tersebut, peneliti ini tidak dapat selesai secara maksimal dan peneliti menyadari bahwa sangat besar jasa yang diberikan kepada peneliti, untuk itu peneliti mengucapkan terima kasih atas semua bantuannya.

Bandar Lampung, Juli 2021
Penulis

PUTRI ANGGRAITA BANTARI YULIAN
NPM. 1741010207



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Penegasan Judul.....	1
B. Latar Belakang Masalah	3
C. Fokus dan sub-Fokus Penelitian	7
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan Penelitian.....	8
F. Manfaat Penelitian.....	8
G. Penelitian Terdahulu	9
H. Metode Penelitian.....	10
I. Sistematika Pembahasan	14
 BAB II DAKWAH MELALUI INSTAGRAM	
A. Pesan Dakwah	17
1. Pengertian Pesan Dakwah	17
2. Unsur-Unsur Dakwah	19
3. Macam-Macam dakwah.....	33
4. Proses Dakwah Melalui Media Sosial	34
B. Media Sosial.....	35
1. Pengertian Media Sosial.....	35
2. Ciri-Ciri Media Sosial	37
3. Macam-Macam Media Sosial	39

4. Fungsi Media Sosial.....	42
5. Efek Media Sosial	43

BAB III GAMBARAN AKUN INSTAGRAM HAWAARIYYUN

A. Gambaran Umum Akun Instagram Hawaariyyun ..	47
1. Pengelola Akun Instagram Hawaariyyun	49
2. Followers Akun Instagram Hawaariyyun	50
B. Visi Dan Misi Akun Instagram Hawaariyyun	55
C. Judul Vidio Dakwah Di Instagram Hawaariyyun	56

BAB IV DAKWAH MELALUI AKUN INSTAGRAM HAWAARIYYUN

A. Pesan Dakwah Dalam Vidio Di Akun Instagram Hawaariyyun	77
B. Efek Pesan Dakwah Instagram Hawaariyyun	85

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	99
B. Saran.....	101
C. Penutup.....	101

DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN-LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebelum penulis menjelaskan secara keseluruhan isi skripsi ini lebih dahulu penulis akan menjelaskan judul skripsi ini. Adapun judul skripsi ini adalah **Pesan Dakwah Di Media Sosial Instagram @hawaariyyun**.

Pesan memiliki arti yaitu ide, maupun gagasan yang berisi suatu informasi dengan tujuan mempengaruhi komunikan dan bersikap sesuai yang diinginkan komunikator.¹

Dakwah berarti menyeru, mengajak, dan memanggil². Bisa juga diartikan dakwah ialah mengajak seseorang dalam kebaikan menggunakan lisan maupun perbuatan yang dapat dicontoh seperti tinggah laku nyata³. Hal ini dapat dikatakan bahwa dakwa adalah proses penyampaian pesan yang berisi nilai-nilai ajaran Agama Islam dari seseorang untuk orang lain, bisa dilakukan kepada individu maupun kelompok. Dari definisi diatas, Dakwah adalah suatu aktivitas penyampaian ajaran Islam yang dilakukan seseorang untuk mengajak orang lain berbuat kebaikan dengan berpikir dan berperilaku bagi seseorang atau sekelompok masyarakat sesuai dengan ajaran Allah SWT agar mendapatkan ridho Allah SWT. Konsep dakwah yang penulis maksud disini adalah gambaran, ide dakwah yang dipakai oleh Hawaariyyun.

Pesan dakwah adalah suatu informasi yang bersifat mengajak untuk melakukan hal kebajikan atau memanggil dengan menggunakan lisan serta tingkah laku atau perbuatan nyata baik individu maupun kelompok. Pesan dakwah

¹ Susanto Astrid, *Komunikasi Dalam Teori dan Praktek*, (Bandung: Bina Cipta 1997). h. 7.

² Mahmud Yunus, *Kamus Arab-Indonesia* (Jakarta: Yayasan Penyelenggara Penerjemah/Penafsiran Al-Qur'an. 1972) hal. 127

⁵ Masdar Farid Mas'udi, *Dakwah Membela Kepentingan Siapa* (Jakarta: p3m Pesantren, 1987) hal.2

mengajarkan atau memberikan informasi mengenai ajaran Agama Islam untuk mencapai tujuan mengggapai Ridho Allah SWT hidup bahagia di dunia dan akhirat.

Media sosial (*social media*) adalah saluran atau sarana pergaulan sosial secara online diseluruh dunia maya dengan menggunakan jaringan internet. Media sosial adalah sebuah media online dengan para penggunanya atau biasa dikenal dengan *users* bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, jejaring sosial, forum dan dunia virtual.⁴ Salah satu contoh media sosial adalah facebook, twitter, google, instagram. Dalam penelitian ini penulis menggunakan Instagram sebagai media dalam penyampaian pesan dakwah.

Instagram adalah salah satu aplikasi media sosial yang menggunakan jaringan internet. Instagram digunakan untuk membagikan foto maupun vidio dengan dilengkapi berbagai fitur. Dengan banyaknya pengguna instagram dari berbagai kalangan, instagram dijadikan salah satu media dalam berdakwah oleh Da'i dan Da'iyah. Melalui instagram dakwah dapat dibagikan dan dinikmati oleh mad'u atau pengguna instagram dengan membagikan pesan-pesan dakwah melalui unggahan foto dan vidio berkonten dakwah.

Hawaariyyun adalah nama akun pengguna instagram, Hawaariyyun memiliki nama asli "Alfa Abdurrahman". Hawaariyyun sendiri memiliki arti *Penolong Allah*, Alfa Abdurrahman yang akrab disapa Hawariyyun memiliki 1 juta followers dengan 139 postingan seperti vidio dan foto-foto yang mengandung pesan dakwah. Akun instagram @hawaariyyun berisi tentang kejadian kehidupan yang terjadi sehari-hari, penjelasannya dijelaskan di dalam *caption* yang di unggah, baik foto maupun vidio. Alfa Abdurrahman memanfaatkan instagram sebagai media dalam menyampaikan pesan dakwah.

⁴ Wikipedia.org/wiki/media_sosial

Instagram @hawaariyyun merupakan akun sosial media yang bergerak dibidang dakwah, akun Instagram @hawaariyyun adalah akun penggerak dakwah yang sering menyampaikan ajaran-ajaran Islam dengan penyampaian yang menarik dan unik, karena disetiap postingan selalu menyelipkan sebuah kisah. Akun Instagram @hawaariyyun saat ini sedang hits karena diikuti 1 juta followers. Akun instagram @hawaariyyun memiliki visi dan viaidalam penyampaian pesan dakwah yang mudah diingat dengan menyelipkan sebuah kisah. Ia berharap anak muda millenial saat ini memiliki spsoal impact yang dapat memberi manfaat untuk orang lain.

Dari penegasan judul diatas, media sosial Instagram adalah media yang cukup efektif dalam membagikan informasi, karena saat ini adalah zaman digital, sehingga banyak orang berkumpul dimedia sosial Instagram termasuk pada akun Instagram @hawaariyyun. Instagram saat ini banyak digunakan oleh semua kalangan, akun Instagram @hawaariyyun berharap pesan dakwah yang disampaikan bisa diterima oleh khalayak dan memberi efek positif , maka pesan dakwah di media sosial instagram @hawaariyyun berarti berdakwah melalui media sosial instagram dengan menyampaikan pesan dakwah melalui ungguhan foto dan vidio.

B. Latar Belakang Masalah

@Hawaariyyun adalah nama pena seseorang yang menyampaikan pesan dakwah melalui media sosial Instagram dengan cara memposting foto, vidio, dan IG TV serta ditambahkan keterangan seperti caption.

Ditinjau dari segi bahasa, dakwah berasal dari bahasa arab “*da’wah*”. Da’wah mempunyai tiga huruf asal, yaitu dal, ‘ain, dan wawu. Dari ketiga huruf asal tersebut adalah memanggil, mengundang, meminta tolong, meminta, memohon, menamakan, menyuruh datang, mendorong, menyebabkan,

mendatangkan, mendoakan, menangis, dan meratapi.⁵ Secara terminologi, para ulama berbeda pendapat dalam menentukan dan mendefinisikan dakwah, hal ini disebabkan oleh perbedaan mereka dalam memaknai dan memandang kalimat dakwah itu sendiri. Sebagian ulama seperti yang diungkapkan oleh Muhammad Abu al-Futuh dalam kitabnya *al-madkhal ila 'ilm ad-da'wat* mengatakan, bahwa dakwah adalah menyampaikan (at-tabligh) dan menerangkan (al-bayan) apa yang telah dibawa oleh Nabi SAW.⁶

Dakwah merupakan tugas kita semua sebagai seorang muslim, tanggung jawab kita sebagai seorang muslim menyampaikan kebenaran dan nilai-nilai Islam sehingga Islam dapat tersebar luas. Adanya agama Islam memberikan suatu kebaikan, pembawa ketenangan bahwa Islam hadir bukan menjadi bumerang atau perpeccaran. Dalam penyampaian pesan dakwah harus disajikan secara menarik agar orang yang mendengarkan bisa mencerna pesan yang disampaikan.

Dakwah Islam adalah tugas suci yang dibebankan kepada setiap muslim, dimana saja ia berada. Sebagaimana termaktub dalam Al-Qur'an dan as-Sunnah Rasulullah SAW, kewajiban dakwah menyerukan, dan menyampaikan agama Islam kepada masyarakat.⁷ Sebagaimana telah dijelaskan dalam Al-Qur'an, Surat Ali-Imran: 104

وَلَتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ

الْمُنْكَرِ ۚ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿١٠٤﴾

Artinya: “Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada

⁵ Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Prenada Media Group, 2004), hal.6.

⁶ Faizah. Lalu Muchsin Effandi. *Psikologi Dakwah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), hal.5

⁷ Munzien Suparta. Harjani Aefni. *Metode Dakwah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009) hal. 5

yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung."

Islam mewajibkan setiap umatnya untuk berdakwah sesuai kemampuan yang dimiliki. Tugas dakwah yang demikian itu mencakup pada dua aspek yakni amar ma'ruf nahi munkar (mengajak kepada kebaikan dan mencegah dari kemunkaran). Konsep dakwah idealnya adalah dakwah yang tidak menyempitkan cakrawala umat dalam pemahaman dan kedudukan sosial dalam masyarakat sehingga dakwah mudah di terima dan dipahami. Dengan selalu berkembangnya teknologi yang ada maka dakwah bisa dilakukan dengan berbagai cara yang ada. Dakwah pada zaman sekarang ini tidak hanya harus disampaikan dalam setiap pengajian ataupun acara-acara peringatan hari Islam. Dan tidak selalu bertempat pada masjid, majelis ta'lim maupun tempat ibadah lainnya. Dakwah yang disampaikan pada masa kini dapat disampaikan melalui media sosial, salah satunya Instagram. Menggunakan teknologi terkini seperti media sosial dalam membuat dakwah dapat membantu menyebarkan dakwah kepada lebih banyak kumpulan sasaran, ini juga karena mereka yang menggunakan media sosial terdiri dari berbagai lapisan masyarakat.

Kini, media sosial telah menjadi alat yang paling berkesan untuk menyampaikan pesan dakwah karena hampir setiap rumah kini mempunyai akses internet. Media sosial memberikan dampak positif dalam meningkatkan komunikasi yang dilakukan. Saat ini banyak sekali orang yang menggunakan media sosial instagram. Pada awalnya instagram sendiri berkembang dari aplikasi Iphone untuk berbagi foto hingga sekarang menjadi sebuah perusahaan internet yang berkembang. Instagram dapat diakses melalui handphone, sehingga mudah para pengguna smartphone menggunakan media instagram ini. Dengan melihat maraknya pengguna media sosial Instagram dari berbagai kalangan ini, Instagram sendiri menjadi media paling diminati dan menjadi media

dakwah bagi para Da'i dan Da'iah dalam menyampaikan dakwah mereka.

Pada saat zaman Rasulullah, Rasulullah berdakwah ditempat keramaian seperti pasar, namun pada saat ini ramai orang berkumpul bukan lagi dipasar melainkan di *Sosial Media*. Oleh sebab itu Hawaariyyun memilih Instagram sebagai media dakwah. Hawaariyyun mengemas dakwah yang memiliki ciri khas selalu menyelipkan sebuah kisah yang ketika kita dengar tidak membosankan. Dalam penyampaian dakwahnya Haawariyyun menggunakan bahasa kekinian dan sederhana yang sangat pas untuk dapat dipahami muda millenial.

Dalam menyampaikan pesan dakwah banyak metode yang dilakukan oleh para da'i seperti ceramah, diskusi, dan sebagainya. Akun Instagram @hawaariyyun membuat dakwah yang disampaikan menjadi unik dan menarik, sebagai seorang da'i perlu memiliki ide kreatif dalam berdakwah. Selain itu dai'i harus memperhatikan kebutuhan mad'u atau memperhatikan lingkungannya. Seperti halnya akun instagram @hawaariyyun yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana dalam berdakwah. Hawaariyyun memilih media sosial Instagram karena ia menyadari di zaman modern saat ini, konsumsi paling banyak bukan pada makanan melainkan pada kuota internet.⁸ Sasaran dakwah hawaariyyun adalah anak muda millenial dimana ia mengemas dakwah dengan sangat unik. Anak millenial saat ini lebih memilih tidak makan dari pada tidak internetan.

Akun Instagram @hawaariyyun memiliki 1 juta followers dan 159 postingan dengan membagikan foto dan vidio yang di dalamnya terdapat pesan dakwah dengan tambahan caption agar lebih menarik untuk dilihat. Dengan memanfaatkan media sosial Instagram untuk berdakwah, hal ini dengan maraknya perkembangan jaman. Dakwah yang dilakukan oleh @hawaariyyun melalui media sosial ini termasuk unik dan

⁸ Mishler, A. (2019, Maret 8). *Mengenal Sosok Hawaariyyun* [Vidio]. YouTube, <https://youtu.be/n5ikMVECEpM>

efektif dilihat dari banyaknya pengguna instagram lain yang berasal dari berbagai kalangan melihat video yang dibagikan di akunnya mencapai ratusan ribu *likers* dan *viewers*. Selain itu cara berdakwahnya menggunakan bahasa yang sederhana, sehingga mudah dipahami. Sasaran dakwah Hawaariyyun ini lebih kepada anak muda millennial, juga semua kalangan.

Akun @hawaariyyun juga memiliki hal yang menarik lainnya dalam penyampaian pesan dakwah yang dapat membekas di ingatan, ialah cara penyampaian akun @hawaariyyun yang tidak biasa, dengan menampilkan ketegasan dan mimik wajah yang begitu ekspresif ketika menyampaikan pesan dakwah sehingga dapat menarik pengguna Instagram untuk melihat dan memahami apa yang disampaikan. Dalam hal ini hawaariyyun ingin anak muda millennial ini memiliki sosial impact, jadi ketika mereka memiliki keahlian tidak hanya untuk dirinya sendiri. Melainkan memberikan manfaat untuk orang-orang disekitarnya. Hal ini menjadi bukti bahwa akun Instagram @hawaariyyun sukses dalam menyampaikan pesan dakwah dilihat dari respon positif disetiap kolom komentar.

Berdasarkan penjelasan tersebut, Peneliti menggunakan akun instagram @hawaariyyun sebagai bahan penelitian, supaya orang yang ingin menjadi pendakwah atau da'i baru, bisa sukses seperti akun Instagram @hawaariyyun karena akun instagram @hawaariyyun konsisten dalam menyampaikan pesan dakwah yang menarik. Pada penelitian ini, peneliti akan melihat bagaimana pesan dakwah yang terdapat pada unggahan foto dan vidio di instagram @hawaariyyun.

C. Fokus dan sub-Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penulis memberikan fokus masalah dalam penelitian ini dengan maksud agar masalah yang diteliti lebih terfokus dan terarah.

Penulis menentukan yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penulis menentukan analisis pesan dakwah dalam akun instagram@ hawaariyyun
2. Penulis menentukan analisi efek pesan dakwah akun instagram @hawaariyyun

D. Rumusan Masalah

Untuk dapat mengetahui konsep dakwah Hawaariyyun di media sosial instagram dan efeknya terhadap mahasiswa maka ada beberapa yang harus di perhatikan, diantaranya:

1. Bagaimana pesan-pesan dakwah di media sosial instagram @hawaariyyun?
2. Bagaimana efek pesan dakwah di instagram @hawaariyyun?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pesan dakwah yang ada dalam akun instagram @hawaariyyun
2. Untuk mengetahui efek pesan dakwah dalam instagram @hawaariyyun

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai refrensi bagi peneliti-peneliti yang akan datang dalam konteks menggunakan teknologi, terkhusus dalam penggunaan media sosial instagram.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan mampu memperluas wawasan sebagai sumber informasi bagi mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung.

- b. Penelitian ini diharapkan bisa membuka wawasan pembaca dalam menjadikan media sosial sebagai wadah menyebarkan kebaikan, serta meningkatkan kualitas diri.
- c. Penelitian ini diharapkan bagi para aktivis dakwah untuk memperkaya aktivitas dakwah sesuai dengan metode dan cara yang efektif.

G. Penelitian Terdahulu

1. Nur Rizky Toybah (2016), mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Banjarmasin dengan judul “Dakwah Komunikasi Visual Melalui Instagram Akun @haditsku”. Permasalahan yang diteliti pada skripsi ini berkenaan dengan pesan dakwah yang dibagikan melalui gambar pada akun instagram @haditsku dan interpretasi dakwah yang dikaitkan dengan unsur komunikasi visual. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif pendekatan kualitatif dengan menggunakan teknik analisis isi (Content Analysis). Interpretasi dakwah sesuai dengan teks gambar dan diketahui pula gambar yang dibagikan mengandung unsur visual yaitu memiliki garis, bentuk, ukuran, warna, keseimbangan dan kesatuan. Juga memiliki prinsip komunikasi visual yaitu keseimbangan dan kesatuan.

Perbedaan dalam penelitian ini Nur Rizky Toybah mengaitkan pesan dakwah dalam unsur komunikasi visual. Sedangkan peneliti hanya mencari pesan dakwah melalui akun instagram @hawaariyyun.

2. Anwar Sidiq (2017), mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung dengan Judul “Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah (Studi Pada Akun @fuadbakh). Penelitian ini menggunakan jenis penelitian pustaka (library research) yang bersifat kualitatif dengan sumber data primer berupa konten instagram.

Perbedaan dalam penelitian ini Anwar Sidiq menggunakan instagram sebagai media dakwah, melalui akun instagram @fuadbakh, sedangkan penulis menggunakan instagram untuk mencari pesan dakwah melalui instagram @hawaariyyun.

3. Ahmad Husaini (2018), mahasiswa program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Antasari Banjarmasin dengan Judul “Pesan-pesan Dakwah Dalam Akun Twitter @TeladanRasul dan @FaktaAgama. Pada penelitian Ahmad Husaini memfokuskan pada pesan-pesan dakwah yang terdapat pada akun Twitter yang diteliti.

Perbedaan yang dilakukan Ahmad Husaini dengan penulis ialah dalam penggunaan media. Dalam penelitian ini penulis menggunakan media sosial instagram sebagai media dakwah, sedangkan Ahmad Husaini menggunakan aplikasi twitter dalam menyampaikan pesan dakwah.

H. Metode Penelitian

Pada sebuah penelitian dibutuhkan metode agar penelitian dapat dilakukan secara sistematis, sehingga menghasilkan penjelasan yang akurat atas masalah yang diteliti. Metode Penelitian atau Methodology Research dapat dibedakan pengertiannya dengan penelitian atau research dalam artian umum, dalam pengertian umum metodologi penelitian merupakan suatu ilmu atau studi mengenai sistem. Atau pun tindakan mengerjakan investigasi sedangkan penelitian merupakan tindakan melakukan investigasi untuk mendapatkan fakta baru, tambahan informasi dan sebagainya yang dapat bersifat mendalam (*indepth research*), beragam akan tetapi tidak lazim sebagaimana biasanya. Dengan perkataan lain, metodologi penelitian merupakan ilmu ataupun studi yang

berhubungan dengan penelitian dengan penelitian, sedangkan penelitian menunjukkan kegiatan pelaksanaan penelitian.⁹

Metode merupakan suatu prosedur tata cara mengetahui sesuatu yang mempunyai langkah-langkah sistematis. Ilmu yang mempelajari tentang metode ilmiah disebut dengan metodologi, metodologi merupakan suatu pekerjaan dalam mempelajari peraturan-peraturan dalam metode tersebut.¹⁰ Adapun metode yang digunakan dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis kualitatif deskriptif. Metode penelitian ini menghasilkan temuan data deskriptif berupa kata-kata, bukan angka.¹¹ Menurut I Made Winartha metode analisis deskriptif kualitatif adalah menganalisis, menggambarkan, dan meringkas berbagai kondisi, dan situasi dari data yang dikumpulkan berupa hasil wawancara ataupun pengamatan mengenai masalah yang diteliti yang terjadi dilapangan.¹²

Berdasarkan judul skripsi penelitian ini merupakan jenis penelitian kepustakaan (*Library Research*). Penelitian kepustakaan adalah penelitian yang dilaksanakan dengan menggunakan *literatur* (kepustakaan), baik berupa buku, catatan, maupun hasil laporan terdahulu.¹³ Teknik ini dilaksanakan dengan cara membaca, menelaah dan mencatat berbagai literatur atau bahan bacaan yang sesuai

⁹ Muhammad Teguh, *Metodelogi Penelitian Ekonomi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005) hal.7

¹⁰ *Ibid*, hal.12

¹¹ Sudarwan denim, *Menjadi Peneliti Kualitatif* (Bandung : pustaka setia, 2002) cet-1 hlm 51

¹² I Made Winartha, *Pedoman Penulisan Usulan Penelitian, Skripsi dan Tesis*, (Yogyakarta : ANDI, 2006) hal. 155.

¹³ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2008) hal 5.

dengan pokok bahasan, kemudian disaring dan dituangkan dalam kerangka pemikiran teoritis.¹⁴

Dipilihnya penelitian ini adalah penulis mengharapkan bisa mengungkap isi pesan dalam akun instagram @hawaariyyun serta dalam mendapatkan respon positif dari khalayak yang mengikuti konten dakwah @hawaariyyun untuk mendapatkan pesan-pesan dakwah.

2. Teknik Pengumpulan Data

Adapun dalam pengumpulan data digunakan alat pengumpulan data sebagai berikut:

1. Teknik Dokumenter disebut juga teknik dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data penelitian melalui sejumlah dokumen seperti informasi yang didokumentasikan berupa dokumentasi tertulis maupun dokumen terekam. Dokumen tertulis berupa arsip, catatan harian, majalah, autobiografi dan sebagainya. Dalam hal ini buku ilmu dakwah menjadi salah satu buku pendukung dalam penelitian ini serta foto-foto dan vidio dalam akun instagram @hawaariyyun.
2. Data online ialah data yang didapat melalui penelusuran internet melalui serching dengan menggunakan jaringan internet untuk mengakses alamat situs-situs tertentu, mengakses *e-book* atau *e-journal* dan sebagainya, data online didapat dengan cara mengunduh atau mengambil berita berupa tulisan yang sesuai dengan penelitian, kemudian disimpan. Dalam hal ini diketahui bahwa *download* merupakan bagian dari data online berupa foto dan vidio dalam akun @hawaariyyun
3. Observasi adalah metode atau cara-cara dalam menganalisis secara terstruktur mengenai kebiasaan atau tingkah laku dengan melihat dan mengamati obyek secara langsung. Observasi dipakai untuk memahami

¹⁴ Kartini kartono, *Pengantar Metodologi Research*, (Bandung : ALUMNI,1993) hal 78.

persoalan-persoalan yang ada disekitar pelaku dan narasumber. Observasi dapat dilakukan di perpustakaan, atau dimanapun peneliti memperoleh data dan informasi mengenai objek penelitian baik melalui buku-buku atau visual yang lain.¹⁵

Dapat dipahami bahwa observasi dari penelitian ini ialah salah satu metode pengumpulan data. Dalam hal ini peneliti melakukan pengamatan secara visual. Dengan begitu peneliti melakukan observasi melalui pengamatan data online terhadap unggahan foto-foto dan vidio akun Instagram @hawaariyyun dengan melihan komentar yang ada dalam setiap unggahan.

3. Objek dan Subjek Penelitian

Objek adalah masalah apa yang akan diteliti atau masalah yang harus dipecahkan nelalui peneltian. Objek dalam penelitian ini adalah bagaimana isi pesan dakwah yang disampaikan oleh akun instagram @hawaariyyun di dalam foto-foto dan vidio yang diunggah dan respon/efek *followers* di setiap postingan vidio yang di upload akun instagram @hawaariyyun. Sedangkan subjek penelitian adalah sesuatu, seperti orang, benda atau lembaga seperti organisasi yang akan diteliti. Dapat dikatakan subjek adalah sumber tempat memperoleh keterangan penelitian. Subjek penelitian ini ialah akun instagram @hawaariyyun. Dalam penelitian ini analisisnya berupa materi yang ada dalam unggahan konten dakwah akun instagram @hawaariyyun yang berkesinambungan dengan rumusan masalah penelitian.

4. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis isi (content analysis). *Reserch using content analysis focuses on the characteristics of the language as communication with the attention to the content or contextual meaning of*

¹⁵ M. Atar Semi, *Metode Penelitian Sastra*, (Bandung : ALUMNI, 1998) hal. 78.

*the text.*¹⁶ Maksud dari menganalisis data ialah menyaring dan mengatur serta menjelaskan data yang masuk bertujuan untuk mengerti isi data tersebut. .Selanjutnya mengklasifikasikan data dari 9 video dalam IG TV di akun instagram @hawaariyyun yang di unggah pada bulan September 2020 – Februari 2021 yang dipilih secara random sesuai pada rumusan masalah penelitian berdasarkan jumlah *viewers* terbanyak dan yang berisi konten dakwah, kemudian data dianalisis dengan metode analisis deskriptif yaitu data yang dikumpulkan lebih pada kata-kata atau gambar bukan angka. Analisis data yang sudah dikumpulkan kemudian dipaparkan secara deskriptif dalam bentuk uraian-uraian.

I. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pembahasan dan penelaahan yang jelas dalam membaca proposal skripsi ini, maka disusunlah sistematika pembahasan secara garis besar sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

BAB ini berisi tentang penegasan judul, latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat, metode penelitian, sistematika pembahasan.

BAB II: LANDASAN TEORI

Memuat uraian tentang teori relevan dan terkait dengan tema skripsi.

BAB III: DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

Berisi gambaran umum objek yang akan diteliti, penyajian fakta dan data penelitian.

¹⁶ Sari Wahyuni, *Qualitative Research Method* (Jakarta : Selemba Empat, 2012), hal. 122

BAB IV: ANALISIS PENELITIAN

Berisi : (1) analisis data penelitian (2) temuan penelitian

BAB V: PENUTUPAN

BAB terakhir berisi kesimpulan dan rekomendasi, kesimpulan menyajikan secara ringkas seluruh penemuan penelitian yang ada hubungannya dengan masalah penelitian.



BAB II

PESAN DAKWAH MELALUI INSTAGRAM

A. PESAN DAKWAH

1. Pengertian Pesan Dakwah

Pesan adalah ide, gagasan, informasi, dan opini yang disampaikan oleh seseorang (komunikator) kepada komunikan yang bertujuan untuk memberikan informasi, dan mempengaruhi komunikan sesuai apa yang diinginkan oleh komunikator.¹⁷

Sedangkan dakwah ditinjau dari etimologi atau bahasa, kata dakwah berasal dari bahasa Arab, yaitu “*da’a-yad’u-dakwatan*”, artinya mengajak, menyeru, memanggil. Warson Munawwir, menyebutkan bahwa dakwah artinya memanggil (*to call*), mengundang (*to invite*), mengajak (*to summon*), menyeru (*to propose*), mendorong (*to urge*) dan memohon (*to pray*).¹⁸

Pesan dakwah mengandung arti “Perintah, nasihat, permintaan, amanat yang harus dilakukan untuk disampaikan pada orang lain.”¹⁹ Pesan dakwah menurut Toto Tasmara adalah “semua pernyataan yang bersumber dari Al-Qur’an dan sunnah baik tertulis maupun lisan dengan pesan-pesan (risalah) tersebut.”²⁰

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ
لِتَعَارَفُوا ۚ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ﴿١٣﴾

¹⁷ Susanto Astrid, *Komunikasi Dalam Terori dan Praktek*, (Bandung : Bina Cipta 1997) h. 7.

¹⁸ Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Amzah, 2009). h.1

¹⁹ Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Islam*, (Surabaya: Al Ikhlas, 1983), h. 19

²⁰ Toto Tasmara, *Komunikasi Dakwah* (Jakarta: Gaya Media Pratama, 1997), cet Ke-2, h. 43

Hai manusia, Sesungguhnya kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa - bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling taqwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha mengetahui lagi Maha Mengenal.

Secara harfiah, dakwah merupakan masdar dari fi'il da'a yang berarti menyeru, mengajak, memanggil dalam hal kebaikan berupa ajaran dan perintah Allah SWT agar bertakwa. Mengenai definisi dakwah sudah banyak sekali para ahli jelaskan, meski berbeda bahasa namun maksud dan tujuan tetap sama. Banyak ahli tafsir mendefinisikan dakwah dengan berbagai arti. Diantaranya para ahli tersebut adalah :

a. Syeikh Ali Mahfudz

Ali Mahfudz dalam kitabnya. "*Hidayatul Mursidin*" mengatakan dakwah adalah mengajak (mendorong) manusia agar mengikuti suatu jalan kebenaran untuk mendapat petunjuk, menyeru dalam berbuat kebaikan, dan melarang dari perbuatan mungkar agar mereka mendapat kebahagiaan di dunia dan akhirat.²¹

b. Hamzah Ya'qub

Hamzah Ya'qub mengatakan bahwa dakwah adalah mengajak umat manusia dengan cara hikmah atau kebijaksanaan agar mengikuti ajaran Allah SWT dan Rasul.

c. Muhammad Natsir

Muhammad Natsir mengatakan dakwah adalah kewajiban yang menjadi tugas setiap muslim dalam

²¹ Wahid Saputra. *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2011), h. 1

menyampaikan suatu kebaikan dan mencegah pada yang munkar.²²

2. Unsur-Unsur Dakwah

Dengan adanya ilmu dakwah, aktivitas dakwah yang awalnya hanya berbekal kemampuan pendakwah menjadi lebih mudah untuk dipelajari, dengan adanya hal ini membuat perkembangan dakwah dapat melaju cepat untuk mengimbangi perkembangan zaman yang sudah modern. Dalam ilmu dakwah terdapat unsur-unsur dakwah yang menjadi kesuksesan bagi para pendakwah :

a. Da'i (Pelaku Dakwah)

Subjek dakwah lebih dikenal dengan sebutan "Da'i". Da'i adalah orang yang menyampaikan pesan dakwah atau ajaran Agama Islam yang dilakukan secara individu maupun kelompok. Da'i biasa disebut sebagai *mubaligh* (orang yang menyampaikan agama islam). Subjek dakwah merupakan unsur terpenting dalam pelaksanaan dakwah. Keberhasilan dan kesuksesan seorang da'i di lihat dari kepribadian da'i itu sendiri. Apabila seorang da'i memiliki kepribadian yang baik, maka dakwah yang disampaikan akan diterima dengan baik. Begitu pula dengan seorang da'i yang memiliki kemampuan tapi tidak memiliki kepribadian yang baik, maka dakwahnya sulit diterima oleh masyarakat. Kepribadian dan akhlak seorang da'i merupakan penentu keberhasilan seorang da'i dalam berdakwah.

Sifat Da'i Menurut Syekh Ali Mahfudz ada beberapa yang harus dimiliki oleh Da'i antara lain :

1. Seorang da'i harus memiliki ilmu dan pemahaman Al Qur'an
2. Mengerjakan apa yang telah disampaikan, dan tidak berdusta

²² *Ibid* h. 2

3. Memiliki sifat santun, berlapang dada, dan memiliki kelembutan baik perkataan maupun perbuatan. Hal ini dapat menghilangkan penyakit hati.
4. Seorang da'i harus memiliki keberanian dalam menyampaikan kebenaran.
5. Bersih dan tidak iri atas pencapaian yang di miliki orang lain
6. Berilmu, seorang da'i harus mampu menyesuaikan diri dengan adat istiadat mad'u, atau kebiasaan mad'u.²³

b. Mad'u (Penerima Dakwah)

Mad'u adalah orang yang menerima pesan dakwah yang disampaikan oleh seorang Da'i, baik individu maupun kelompok, baik yang beragama Islam maupun tidak, hal ini bisa dikatakan seperti manusia secara keseluruhan. Dakwah dilakukan untuk meningkatkan kualitas keimanan.

Mad'u atau audiens dakwah bisa dikategorikan mejadi dua yaitu : mad'u pasif dan mad'u aktif. Pengkategorian mad'u ini terinspirasi dari kajian ilmu komunikasi dari Denis McQuail mengenai audiens komunikasi. McQuail mengkategorikan perkembangan konsep audiens sejalan dengan perkembangan media. Setiap perkembangan media inilah yang menentukan perbedaan-perbedaan posisi audiens. Berikut hal yang membedakan menurut Denis McQuail:²⁴

1. karakter audiens di pertunjukan teater, di sini audiens sebagai penonton atau pendengar yang terorganisir, kehadiran audiens dan performer berada dalam ruang dan waktu yang sama.

²³ Muhammad Qadaruddin Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Qiara Media, 2019), h. 33.

²⁴ Asna Istya Marwantika, *Potret dan Segmentasi Mad'u Dalam Perkembangan Media di Indonesia*, Jurnal Al-Adabiya. Vol 14 No. 01 (2019) h. 4

2. Dengan adanya media cetak audiens dipahami sebagai pembaca 'setia' media cetak. Dalam konteks ini, audiens terpisah secara ruang dan waktu dengan produsen media maupun dengan audiens lainnya.
3. Kehadiran Film mengembalikan konsep audiens seperti pada awal kemunculannya, yaitu keterikatan ruang dan waktu antara audiens dengan performer (dalam hal ini penayangan film). Perkembangan ini melahirkan konsep 'mass audience' yang merujuk pada pengertian penerimaan pesan yang sama oleh individu dalam jumlah besar.
4. Pengertian audiens kembali bergeser seiring dengan kemunculan media elektronik seperti televisi dan radio, di kategori ini ada tiga elemen penting dari komunikasi massa yaitu :
 - a. Konten berskala luas, heterogen, dan mempunyai audiens yang anonim
 - b. Konten ditransmisikan secara luas dan mencapai audiens secara serentak
 - c. Komunikator tergabung dalam organisasi yang kompleks dan melibatkan biaya besar dalam produksi kontennya.
5. Audiens berkembang setelah adanya new media. Inilah audiens di era new media :
 - a. Degree of activity or passivity
 - b. Degree of interactivity and interchangeability
 - c. Size and duration
 - d. Locadness in space
 - e. Group character (sosial/cultural identity)
 - f. Simultaneity of contact with source
 - g. Heterogeneity of composition

- h. Social relations between sender and receiver
- i. Message vs social/behavioural definition of situation
- j. Degree of social presence
- k. Sociability of context of use.

Lahirnya new media membawa perubahan dalam pola produksi, distribusi, serta konsumsi pesan yang diberikan. Media memiliki tugas sebagai produsen penyampaian pesan kepada audiens. Dalam hal ini audiens tidak dapat menerima pesan secara aktif, yang ada audiens menjadi pasif. Hal ini disebabkan kurangnya karna keterbatasan teknologi yang tidak bisa berkomunikasi secara langsung. Dengan demikian komunikasi hanya terjadi satu arah. Namun, dengan berkembangnya teknologi, bentuk media interaktif mampu menyelesaikan permasalahan dalam keterbatasan komunikasi tersebut.²⁵

c. Materi Dakwah

Materi dakwah tidak terlepas dari ajaran Islam itu sendiri, yaitu Al-Qur'an dan Hadits Rasulullah SAW.²⁶ Seorang da'i harus memiliki pengetahuan yang luas tentang materi dakwah. Da'i harus mampu memilih materi dakwah, sesuai dengan keadaan masyarakat Islam sehingga tercapai sasaran dakwah yang telah ditetapkan. Materi yang akan disampaikan da'i kepada mad'u harus dilihat sesuai situasi dan kondisi lingkungan masyarakat sekitar. Secara umum, materi dakwah diklasifikasikan secara garis besar, yaitu:

²⁵ Asna Istya Marwantika, *Potret dan Segmentasi Mad'u Dalam Perkembangan Media di Indonesia*, Jurnal Al-Adabiya. Vol 14 No. 01 (2019) h. 5-6

²⁶ M.Arifin, *Psikologi Dakwah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2000), h. 7.

1. Aqidah (keimanan)

Aqidah adalah pokok kepercayaan dalam agama Islam. Aqidah Islam disebut tauhid dan merupakan inti dari kepercayaan. Aspek aqidah adalah yang akan membentuk akhlak manusia. Masalah akidah ini secara garis besar ditunjukkan oleh Rasulullah Saw, yang artinya: “Iman ialah engkau percaya kepada Allah, Malaikat-Malaikat-Nya, Kitab-Kitab-Nya, Rasul-Rasul-Nya, Hari Akhir dan percaya adanya ketentuan Allah yang baik maupun yang buruk”. (HR. Muslim) Dalam bidang akidah ini bukan saja pembahasannya tertuju pada masalah-masalah yang wajib diimani, akan tetapi materi dakwah juga meliputi masalah-masalah yang dilarang sebagai lawannya, misalnya syirik (menyekutukan adanya Tuhan), ingkar dengan adanya Tuhan dan sebagainya.

Ciri-ciri yang membedakan aqidah dengan kepercayaan agama lain, yaitu:

- a) keterbukaan melalui persaksian (syahadat).
- b) Memiliki pandangan yang luas menyakini bahwa Allah adalah pencipta semesta alam.
- c) Ketahanan antara iman dan Islam atau antara iman dan amal perbuatan.

Orang yang memiliki iman yang benar (hakiki) akan cenderung untuk berbuat baik dan akan menjauhi perbuatan jahat, karena perbuatan jahat akan berkonsekuensi pada hal-hal yang buruk. Iman inilah yang berkaitan dengan dakwah Islam dimana amar ma'ruf nahi mungkar dikembangkan yang kemudian menjadi tujuan utama dari suatu proses dakwah.²⁷

²⁷ M. Yunan Yusuf, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2006), h. 26

2. Syari'ah

Secara bahasa, syariah artinya peraturan atau undang-undang. Sedangkan secara istilah, syariah adalah hukum-hukum yang ditetapkan Allah SWT untuk mengatur manusia baik dalam hubungannya dengan Allah SWT, dengan sesama manusia, dengan alam semesta dan dengan makhluk ciptaan lainnya.

Syariah dibagi menjadi dua subjek:

- a. Mengatur hubungan manusia dengan Allah SWT disebut dengan ibadah, ibadah merupakan perbuatan inti yang termuat dalam rukun Islam yaitu syahadat, shalat, zakat, puasa dan haji bagi yang mampu.
- b. Mengatur manusia dengan manusia atau alam lainnya disebut muamalah, muamalah merupakan aplikasi dari ibadah dalam hidup bermasyarakat.

Bidang syariah dimaksudkan untuk memberikan gambaran yang benar, pandangan yang jernih, kejadian yang cermat terhadap hujjah atau dalil-dalil dalam melihat setiap persoalan, sehingga umat tidak perpelosok ke dalam kejelekan, sementara yang diinginkan dalam dakwah adalah kebaikan.²⁸

Ada beberapa fungsi syariah adalah sebagai berikut:

- a. Kehidupan manusia untuk menghantarkan manusia sebagai hamba Allah SWT yang mukhlis.
- b. Mengantarkan manusia sebagai kholifah Allah SWT untuk kesejahteraan lahir dan batin manusia.

²⁸ Munir, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), hlm. 26

c. Menunjukkan kebahagiaan dunia dan akherat.

3. Muamalah

Muamalah dalam arti luas ialah al-Qununul Khas (Hukum Perdata), Waratsah (Hukum Niaga), Munakahat (Hukum Nikah), dan lain sebagainya. Kemudian al-Qununul'am (Hukum Publik) antara lain, Hinayah (Hukum Publik), Khalafah (Hukum Negara), Jihad (Hukum Perang dan Damai, dan lain sebagainya.²⁹

4. Akhlaq

Secara etimologis, kata akhlaq berasal dari bahasa Arab, jamak dari khuluqun yang berarti budi pekerti, perangai, dan tingkah laku atau tabiat. Sedangkan secara terminologi, pembahasan akhlaq berkaitan dengan masalah tabi'at atau kondisi temperature batin yang mempengaruhi perilaku manusia. Berdasarkan pengertian ini, maka ajaran akhlaq dalam Islam pada dasarnya meliputi kualitas perbuatan manusia yang merupakan ekspresi dari kondisi kejiwaannya. Islam mengajarkan kepada manusia agar berbuat baik dengan ukuran yang bersumber dari Allah SWT.

Pada dasarnya akhlak merupakan elemen ketiga dari ajaran Islam sebagai materi dakwah, setelah akidah dan syariah. Akidah menyangkut permasalahan yang harus diimani dan diyakini oleh manusia sebagai sesuatu yang hakiki. Syariah mengenai berbagai ketentuan berbuat dalam menata hubungan baik dengan Allah dan sesama makhluk. Sementara akhlak menyangkut berbagai masalah kehidupan yang berkaitan dengan ketentuan dan ukuran baik dan buruk atau benar salahnya suatu perbuatan.

²⁹ Moh. Ali Aziz, Op. Cit, h. 94-95.

d. Media Dakwah

Media dakwah adalah alat untuk menyampaikan pesan-pesan dakwah. Dalam berdakwah membutuhkan media, jika media dakwah digunakan secara tepat maka akan menghasilkan dakwah yang efektif. Dalam era modern saat ini media sangat dibutuhkan untuk membantu keberhasilan dalam pesan dakwah yang disampaikan da'i kepada mad'u. Hamzah Yaqub membagi media menjadi lima macam, yaitu :³⁰

1) Lisan

Lisan adalah media yang paling mudah dengan menggunakan lidah dan suara, dakwah dengan lisan dapat berupa pidato, ceramah, penyampaian materi kuliah, penyuluhan, dan sebagainya.

2) Tulisan

Dalam berdakwah bisa melalui dengan tulisan seperti, buku majalah, surat kabar, surat menyurat, spanduk dan sebagainya.

3) Lukisan

Selain tulisan, media dakwah juga bisa lewat lukisan, seperti karikatur, gambar poster, dan sebagainya.

4) Audio Visual

Yaitu penyampaian pesan dakwah dengan cara merangsang indra pendengaran atau penglihatan, seperti, televisi, internet bisa berupa youtube, instagram dan sebagainya.

5) Akhlak

Dalam hal ini, cara berdakwah yang dilakukan dengan melakukan perbuatan nyata yang ada dalam ajaran islam.

³⁰ Hamzah Yaqub, *Politik Islam*, (Bandung: Diponegoro, 1992), h. 47.

e. Efek Dakwah

Efek dakwah atau atsar berasal dari bahasa arab yang artinya bekas, sisa, atau tanda. Atsar (efek) sering disebut dengan istilah feedback (timbang balik) dari proses dakwah. Efek dakwah ini sering kali dilupakan atau tidak banyak menjadi perhatian para Da'i. Kebanyakan mereka menganggap bahwa setelah selesai dakwah disampaikan maka selesailah dakwah.³¹

Kegiatan dakwah harus diarahkan untuk memenuhi tiga aspek perubahan dari objeknya, yaitu perubahan pada aspek pengetahuan (knowledge), aspek sikap (attitude), aspek perilaku (behavioral). Da'i yang baik dapat dilihat dari suksesnya tujuan dakwah yang memiliki efek dakwah terhadap mad'u. Apabila mad'u setelah mendengarkan pesan yang disampaikan kemudian menerima dan mulai memperbaiki diri menjadi lebih baik lagi maka Da'i bisa disebut sukses, daripada Da'i yang hanya menyampaikan saja tanpa memikirkan respond atau efek yang terjadi pada mad'u. Efek adalah suatu pengaruh atau tindakan dan sikap setelah mitra dakwah menerima pesan tersebut. Dalam hal ini efek dibagi menjadi tiga.³²

Selain pengertian diatas bahwa ada pembahasan mengenai teori tentang respon, jadi berbicara juga mengenai efek media massa seperti yang dinyatakan oleh Donald K Robert yang dikutip oleh Jalaluddin Rakhmat dalam bukunya Psikologi Komunikasi, ada yang memberi tanggapan bahwa efek hanyalah perubahan perilaku manusia setelah mendapatkan informasi atau pesan media massa yang diterima.³³

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Steven M. Chaffe respon dapat dibagi menjadi 3 yaitu :

³¹ Hamzah Yaqub, *Op. Cit.*, h. 99.

³² Aziz Ali Moh. *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2009) hal. 456

³³ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Umum dan Perkembangan*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), h.128

1. Kognitif

Setelah menerima pesan dakwah, mad'u akan menyerap isi dakwah tersebut melalui proses berpikir. Efek kognitif ini bisa terjadi apabila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, dan dimengerti oleh mad'u tentang isi pesan yang diterimanya.

2. Afektif

Efek ini merupakan pengaruh dakwah berupa perubahan sikap mad'u setelah menerima pesan dakwah. Pada tahap aspek ini mad'u pengertian dan pemikirannya terhadap pesan dakwah yang telah diterimanya akan membuat keputusan untuk menerima atau menolak pesan dakwah yang telah tersampaikan.

3. Behavioral

Efek ini merupakan suatu bentuk efek dakwah yang berkenaan dengan pola tingkah laku mad'u dalam merealisasikan pesan dakwah yang diterima dalam kehidupan sehari-hari. Efek ini muncul setelah melalui kognitif dan afektif. Dan dapat diambil pemahaman bahwa seseorang akan bertindak dan bertingkah laku setelah orang itu mengerti dan memahami apa yang telah diketahuinya itu, kemudian masuk ke dalam perasaanya, kemudian barulah timbul keinginan untuk bertindak dan bertingkah laku.³⁴

f. Metode Dakwah

1. Al-Hikmah

Dakwah *bil al-hikmah* yang berarti dakwah dengan bijak, memiliki arti yang selalu memperhatikan suasana, situasi dan kondisi dari mad'u, hal ini berarti menggunakan metode yang relevan dan realistis sebagaimana tantangan dan

³⁴ Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, cet. ke 3, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004), h. 64

kebutuhan, dengan selalu memperhatikan kadar pemikiran dan intelektual, suasana psikologis, dan situasi sosial budaya.³⁵

Al- Hikmah diartikan pula sebagai ad-adl (keadilan), al-haq (kebenaran), al-hilm (ketabahan), al-ilm (pengetahuan), dan an Nubuwwah (kenabian). Di samping itu, al-hikmah juga diartikan sebagai menempatkan sesuatu pada proporsinya.³⁶ Hikmah adalah bekal *da'i* menuju kesuksesan dalam dakwahnya. Karunia yang diberikan Allah kepada orang-orang yang mendapat hikmah juga akan berimbas kepada para *mad'unya*, sehingga mereka terpacu untuk merubah diri dan mengamalkan apa yang mereka dapat dari yang telah disampaikan *da'i*. Allah memberikan hikmah kepada siapa saja manusia yang layak dan Allah kehendaki. Barang siapa yang mendapatkannya, maka ia telah menerima karunia yang sangat besar dari Allah.

2. Al-Mau'idhah Al-Hasanah

Secara bahasa, *al-mau'idhah al-hasanah* terdiri dari kata *mau'idhah* dan *hasanah*. Kata *mau'idhah* berasal dari kata *wa'adha-ya'idhu-wa'idhan-'idhatan* yang bermakna nasehat, bimbingan, pendidikan dan peringatan, sedangkan *hasanah* adalah kebaikan yang merupakan lawan dari kata *sayyi'ah* yang berarti kejelekan. Sedangkan secara istilah, *al-mau'idhah al-hasanah* merupakan salah satu metode untuk mengajak manusia ke jalan Allah dengan memberikan

³⁵ Asep Muhiddin, *Dakwah Dalam Prespektif Al-Qur'an* (Bandung: CV Pustaka Setia), h. 164

³⁶ Wahid Saputra, *Op. Cit*, h. 245

nasehat atau membimbing dengan lemah lembut agar mereka mau berbuat baik.³⁷

Metode dakwah *mau'idhah hasanah* dapat diklasifikasikan menjadi beberapa bentuk:

1. Nasihat atau petuah
2. Bimbingan dan pengajaran (pendidikan)
3. Kisah-kisah yang baik
4. Kabar gembira dan peringatan
5. Wasiat

Kesimpulan dari *mau'idhah hasanah* adalah kata-kata yang masuk kedalam hati dengan penuh kasih sayang ke dalam perasaan dengan penuh kelembutan, tidak membongkar atau membeberkan kesalahan orang lain, sebab kelemahan lembut dengan penuh kasih sayang dalam menasehati akan dapat meluluhkan hati yang keras, ia lebih mudah melahirkan kebaikan daripada keburukan berupa larangan dan ancaman.³⁸

3. Mujadalah

Dari segi etimologi lafadz *mujadalah* terambil dari kata "*jadala*" yang bermakna memintal, melilit. Apabila ditambahkan alif pada huruf jim yang mengikuti *wazan Faa ala*, "*jaa dala*" dapat bermakna berdebat, dan "*mujadalah*" adalah perdebatan.³⁹ Dari segi istilah *al-mujadalah*, berarti upaya tukar pendapat yang dilakukan oleh dua pihak secara sinergis, tanpa adanya suasana yang mengharuskan lahirnya permusuhandiantara keduanya.

³⁷ Wahid Saputra, *Op. Cit*, h. 251

³⁸ Wahid Saputra, *Op. Cit*, h. 253

³⁹ M, Munir, *Metode Dakwah* (Jakarta: Kencana), h. 17

Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa, *al-mujadalah* merupakan tukar pendapat yang dilakukan oleh dua pihak secara sinergis, yang tidak melakukan permusuhan dengan tujuan agar lawan menerima pendapat yang diajukan dengan memberikan argumentasi dan bukti yang kuat. Antara satu dengan yang lainnya saling menghargai dan menghormati pendapat keduanya berpegang kepada kebenaran, mengakui kebenaran pihak lain dan ikhlas menerima hukuman kebenaran tersebut.⁴⁰

Cara dakwah ini diperuntukkan bagi orang-orang yang hatinya dikungkung secara kuat oleh tradisi *jahiliyah*, yang dengan sombong dan angkuh melakukan kebathilan, serta mengambil posisi arogan dalam menghadapi dakwah.⁴¹

4. Dakwah bil-Lisan

Dakwah *bil-Lisan* adalah metode dakwah yang digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah melalui lisan atau perkataan dengan baik, agar mudah dipahami oleh *mad'u* (penerima dakwah). Seperti dengan ceramah, pidato, mengajar, dan orasi. Rasulullah mengajarkan dakwah ini ketika beliau berkewajiban menjelaskan pokok-pokok dan intisari ajaran Islam kepada umatnya. (kaum muslimin) melalui dialog (Tanya jawab) dan khutbah yang berisi nasehat dan fatwa. Selain itu beliau mengajarkan kepada para sahabatnya setiap kali turunnya wahyu yang dibawa malaikat jibril, yang kemudian di hafal dan ditulis di pelapah kurma⁴².

⁴⁰ *Ibid* h.19

⁴¹ Asep Muhiddin, *Dakwah Dalam Prespektif Al-Qur'an* (Bandung: CV Pustaka Setia), h. 82

⁴² Sulhawi Rubba, *Dakwah Bil-Rihlah Metodologi Islamisasi dan Indonesiawi* (Surabaya : Lisanalam Press, 2010) h. 18.

5. Dakwah *Bil-Maal*

Metode dakwah *bil-Maal* adalah dakwah yang dilakukan dengan cara mendedekahkan hartanya untuk digunakan dengan tujuan berdakwah/ kepada kebaikan. Seperti halnya wakaf tanah untuk digunakan sebagai pesantren, mendedekahkan hartanya untuk menyantuni anak yatim, dan menginfakkan uangnya untuk pembangunan masjid. Itu semua dapat disebut dengan dakwah *bil-Maal*⁴³.

6. Dakwah *Bil-Haal*

Dakwah *bil-haal* adalah metode dakwah dengan cara mentransfer seruan nilai-nilai agama melalui tindakan suri tauladan yang nyata. Hal ini dimaksudkan agar si penerima dakwah mengikuti jejak dan ihwal pendakwah. dakwah jenis ini sangatlah efisien bagi penerima dakwah. Dakwah *bil-haal* yaitu dakwah yang dilakukan dengan berbagai perbuatan dan kegiatan yang langsung menyentuh kepada masyarakat sebagai objek dakwah dengan karya. Seperti membangun klinik-klinik, sekolah, Taman Pendidikan al-Quran, dan sebagainya yang dapat membuat seseorang atau masyarakat sekitar menjadi lebih baik lagi.

g. Tujuan Dakwah

Dalam pelaksanaan dakwah pasti memiliki tujuan, karena tujuan dakwah merupakan faktor utama dan sangat penting. Dengan adanya tujuan dakwah dapat dirumuskan suatu landasan tindakan dalam pelaksanaan aktivitas dakwah.⁴⁴

Dakwah bertujuan untuk mempengaruhi manusia melalui cara berfikir, cara dalam bersikap, cara dalam

⁴³ Ibid, h. 18-19.

⁴⁴ Hasanudin, *Hukum Dakwah Tinjauan Aspek Dalam Berdakwah Di Indonesia* (Jakarta: PT. Pedoman Jaya, 1996), h. 33.

merasa dan berperilaku, agar manusia berperilaku sesuai dengan ajaran Islam. Dengan mengubah perilaku sasaran dakwah untuk menyelamatkan umat dari kehancuran dan untuk mewujudkan cita-cita ideal masyarakat utama menuju kebahagiaan dan kesejahteraan hidup di dunia dan di akhirat yang di Ridhoi oleh Allah swt.

3. Macam-Macam Dakwah

Secara umum dakwah dapat dikategorikan ke dalam tiga macam, yaitu :

1) Dakwah Bil Lisan

Dakwah Bil Lisan ialah dakwah yang dilakukan melalui lisan, seperti ceramah, khutbah, diskusi, nasihat, dan lainnya. Metode ini sering dilakukan para da'i atau aktivis dakwah, seperti halnya ceramah di majelis taklim, khutbah jum'at di masjid atau mengisi acara pengajian.

2) Dakwah Bil Hal

Dakwah Bil Hal ialah dakwah yang dilakukan dengan perbuatan nyata, maksudnya dimana kegiatan dakwah dilalui melalui tindakan keiatan amal nyata. Misalnya dalam membangun masjid, tempat pembelajaran Al Qur'an , membatu korban bencana alam, dan hal lainnya. Dalam hal ini membuat masyarakat menjadi pribadi yang lebih baik, dan belajar sabar ketika tertimpa musibah.

3) Dakwah Bil Qalam

Dakwah Bil Qalam ialah dakwah melalui tulisan yang dilaksanakan dengan seorang ahli dalam menulis di surat kabar, majalah, buku, maupun di media sosial. Dakwah Bil Qalam ini memiliki jangkauan yang sangat luas karna siapapun dapat menerima pesan dakwah. Pelaksanaan dakwah bil qalam tidak memerlukan waktu

khusus, karna bisa kapanpun, dimanapun menyampaikan pesan dakwah.

Hal ini sangat efektif dimana sasaran dakwah (mad'u) banyak menggunakan media sosial dan berkumpul di media sosial. Sehingga dakwah lebih mudah disampaikan melalui media sosial di zaman modern saat ini.

4. Proses Dakwah Melalui Media Sosial

Di zaman modern saat ini media sosial dapat memberikan informasi yang sangat update, dan kekinian. Dalam hal ini peneliti menggunakan media sosial *Instagram* sebagai sumber informasi. Media sosial dapat memberikan informasi secara cepat pada publik dibanding informasi yang tayang ditelvisi.⁴⁵ Hal ini terjadi karna setiap masyarakat yang memiliki kesempatan untuk mengunggah informasi berupa foto dan vidio mendapat dorongan dalam menyampaikan kebaikan, sehingga apa yang disampaikan mendapat respon baik sebagai bahan pemberitaan informatif di dunia maya.

Instagram sendiri memiliki ciri khas seperti fitur edit berupa vidio yang menjadi daya tarik minat pengguna media sosial instagram. Selain itu instagram memiliki durasi 15 detik dalam membuat story, 60 detik dalam posting vidio bahkan bisa memiliki durasi lebih yang dikenal dengan *IG TV*. Hal ini bisa digunakan para pengguna media sosial dalam mengemas sebuah informasi atau pesan yang positif.

Fitur-fitur instagram saat ini banyak digunakan oleh pengguna instagram khususnya untuk membuat konten, seperti bisnis, pembelajaran, komunitas, komedi, vidio-vidio pribadi, dan apapun yang sedang trending atau hangat dibicarakan bisa mencapai satu juta lebih tayangan, hal ini menjadi motivasi bagi para da'in untuk menyampaikan

⁴⁵ Bambang dwi Atmoko, *Instagram Handbook*, h. 42

pesan dakwah di antara vidio mereka pada pengguna instagram dalam menggunakan filter vidgram (vidio instagram).

Dalam proses dakwah, konten-konten yang berisi pesan dakwah dengan penyajian yang unik dan kreatif dapat menarik banyak audiens. Berdakwan di media sosial khususnya di instagram sudah menjadi trend karna sangat efektif siapa saja bisa melihat dan mendengar dakwah. Terutama bagi mahasiswa saat ini sangat menyukai dakwah melalui instagram, karna sebagai alrm pengingat diri dan tidak ingin ketinggalan zaman. Pada saat ini anak muda millenial lebih banyak berkumpul di media sosial, sehingga tugas seorang da'i bagaimana mengemas dakwah yang unik dan tidak membosankan agar bisa diterima oleh semua kalangan. Seorang da'i harus mempunyai strategi dalam menyampaikan pesan dakwahnya agar bisa dinikmati semua kalangan.

B. MEDIA SOSIAL

1. Pengertian Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Situs media sosial yang populer dan banyak digunakan saat ini ialah : Instagram, Twitter, Facebook, Blog, Wikipedia, dan Path. Pendapat lain mengatakan media sosial adalah situs yang menjadi tempat orang-orang berkomunikasi dengan teman-teman yang mereka kenal di dunia nyata dan dunia maya.⁴⁶

⁴⁶ Rangga Aditya. "Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi Pada Komunitas Fotografi Pekanbaru". Pekanbaru: Jom FISIP Volume 2 No. 2 (2015) h. 3

Dengan berkembangnya teknologi, media sosial sangat membutuhkan jaringan internet. Internet menyederhanakan jarak/waktu komunikasi, dan intraksi. Kehadiran media sosial dan aktivitas pengguna yang menjadikan media sosial sarana dalam berkomunikasi dan bertukar informasi, menjadi salah satu saluran penting dalam akses informasi.⁴⁷ Media sosial bersifat aktif memberikan pesan-pesan. Media dengan kekuatan satu arah yang berisi informasi dapat mendikte apa yang seharusnya dilakukan oleh publik. Hal ini tidak hanya dilakukan oleh perindividu saja, tetapi dilakukan kepada seluruh pengguna media sosial.

Media sosial ialah fasilitator (wadah) bagi para penggunanya untuk mempersentasikan diri dalam berkomunikasi, membentuk ikatan, membangun pekerjaan, berbagi informasi, mendapatkan informasi, dengan pengguna lainnya secara online (virtual) melalui jaringan internet.

Berikut ini ialah definisi dari media sosial menurut para ahli :

1. Menurut Mandibergh (2012), media sosial adalah media yang mewadahi kerja sama di antara pengguna yang menghasilkan konten (user-generated content).
2. Menurut Shirky (2008), media sosial dan perangkat lunak sosial merupakan alat untuk mengembangkan kemampuan pengguna untuk berbagi (to share), bekerja sama (to co-operate) di antara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada di luar kerangka institusional maupun organisasi.
3. Boyd (2009) menjelaskan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling

⁴⁷ Rulli Nasrullah. *Teori dan Riset Khalayak Media* (Jakarta : Prenadamedia Group, 2019). hal. 92

berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada *user-generated content* (UGC) di mana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di institusi media massa.

4. Menurut Van Dijk (2013), media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dan betaktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.⁴⁸

Dalam hal ini penulis menggunakan medi sosial dalam berdakwah. Karena pada dasarnya penyampaian isi pesan islam kepada masyarakat luas. Media sosial adalah sarana komunikasi secara online melalui jaringan internet. Selain itu media sosial berperan dalam pertukaran informasi dengan individu maupun kelompok, untuk membangun suatu hubungan. Pada saat ini media sosial sangat populer mulai dari kalangan, tua, muda, anak-anak, sudah menggunakan media sosial. Dalam berdakwah Da'i bisa menggunakan media apa saja. Aktivitas dakwah era modern saat ini, banyak menggunakan media yang bersifat efektif dan efesien. Jenis media sosial saat ini pun sangat beragam seperti Instagram, WhatsApp, Line, Twitter, Facebook, Youtube dan masih banyak lagi yang dapat digunakan sebagai penunjang dakwah di era digitalisasi saat ini. Dalam penelitian ini penulis menggunakan media sosial Instagram sebagai media dakwah.

2. Ciri-Ciri Media Sosial

Maraknya media sosial di era modern saat ini membuka peluang bagi semua kalangan dalam berbagi informasi maupun berintraksi. Andreas M Kaplan dan Michael Haeblein dalam artikelnya berjudul "*User of tge*

⁴⁸ Rulli Nasrullah, M.Si., *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi* (Simbiosis Rekatama Media : 2017)hal. 11

World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media,” di Majalah Business Horizons (2010) mengklasifikasi berbagai jenis media sosial yang ada berdasarkan ciri-ciri penggunaannya.

Ciri-ciri media sosial, yaitu :

1. Konten berupa foto maupun video dibagikan secara luas dan tidak terbatas hanya pada satu orang tertentu
2. Pesan yang disampaikan muncul tanpa melalui *gatekeeper* dan tidak ada hambatan.
3. Pesan yang disampaikan menggunakan jaringan internet secara online.
4. Pesan yang disampaikan bisa diterima secara online dengan waktu yang cepat, namun bisa juga terhambat penerimaannya, hal ini disesuaikan dengan waktu interaksi oleh pengguna itu sendiri.
5. Media sosial membuka peluang bagi semua kalangan untuk berkreatifitas sebagai creator yang memungkinkan pengguna bisa menentukan kualitas diri.
6. Dalam media sosial terdapat beberapa aspek fungsional seperti : identitas pengguna, interaksi sesama pengguna media sosial, berbagi informasi (sharing), aktif di media sosial (eksis), hubungan (relasi), reputasi (status) dan kelompok (grup).⁴⁹

Dalam perkembangan teknologi media sosial mengambil alih mengungguli media-media konvensional atau tradisional, seperti televisi, radio, atau media cetak. Media sosial semakin eksis dengan banyaknya pengguna dari berbagai kalangan, hal ini terjadi karena media sosial sangat efektif dalam mendapatkan informasi.

⁴⁹ Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI*, (Jakarta : Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, 2014), hal. 27

3. Macam-Macam Media Sosial

Macam-macam media sosial yang umum digunakan pada masyarakat, yaitu :⁵⁰

1. Facebook

Facebook adalah media sosial yang sangat banyak digunakan pada masyarakat. Dari data yang ada jumlah pengguna facebook di Indonesia tahun 2020 mencapai 130 juta jiwa. Data ini akan terus menambah seiring perkembangan teknologi dan masuknya internet ke pedesaan. Penggunaan facebook sudah mencapai separuh populasi penduduk Indonesia. Dari data kependudukan 2020, penduduk Indonesia mencapai 268.583.016 jiwa.

Facebook yang diciptakan oleh Mark Zuckerberg tidak hanya digunakan dalam mencari teman sebagai tujuan awal diciptakannya Facebook ini. Saat ini facebook telah digunakan dalam berbagai hal seperti, bisnis jual beli (pemasaran), sebagai media pembelajaran, politik dan sebagainya.

Facebook tidak hanya digunakan di Indonesia tetapi sampai seluruh dunia. Pada tahun 2017 facebook sudah digunakan lebih dari dua miliar pengguna. Oleh sebab itu segala sesuatu yang terjadi mudah viral melalui facebook karena banyaknya pengguna. Seperti kasus bencana alam, maupun berita tentang hal seputar kehidupan. Inilah salah satu kelebihan media sosial dalam pengaruh kehidupan di zaman modern saat ini, segala sesuatu menjadi mudah.

2. Youtube

Youtube ialah media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat. Youtube memiliki perbedaan dengan facebook. Konten youtube berkaitan

⁵⁰ Nandi Abdallah Pahlevi, *Pengaruh Media Sosial dan Gerakan Massa Terhadap Hakim*, (Surabaya : Cipta Media Nusantara, 2021), hal 10

seputar informasi dunia. Banyak ragam tema dalam konten vidio youtube, seperti, ceramah agama (dakwah), populer, ekonomi, sosial budaya, kehidupan sehari-hari, politik, trend gaya hidup dan lainnya. Berdasarkan fungsinya youtube lebih banyak digunakan di Indonesia yang bersifat hiburan, sedangkan facebook media sosial yang bisa memperluas intraksi sosial seperti mencari pertemanan.

Youtube merupakan media sosial yang bisa menemukan hal apapun hanya dengan mengklik tombol search, dengan begitu hal yang kamu butuhkan akan muncul. Selain itu youtube digunakan untuk streaming (menonton vidio online). Youtube juga dapat menghasilkan, banyak masyarakat yang menjadi content creator biasa dikenal dengan youtuber.

Anak muda millennial Indonesia saat ini banyak sekali yang sukses menjadi youtuber dengan membuat ide konten-konten yang berisi pemikiran tentang suatu hal, namun tetap tidak melanggar peraturan yang berlaku.

3. Instagram

Instagram merupakan media sosial yang paling banyak digunakan, terkhusus pada anak muda millennial. Pada tahun 2020 pengguna instagram mencapai 63 juta orang, dengan rata-rata usia 18-24 tahun. Instagram merupakan media sosial terpopuler setelah Facebook dan Youtube. Instagram dapat menampilkan foto-foto dan juga vidio dengan menggunakan jaringan internet.

Kevin Systrom dan Mike Krieger merupakan perintis awal Instagram. Instagram dapat membangun kreativitas, menambah wawasan, mendapatkan informasi, berkomunikasi, dan menambah teman dari berbagai negara bagi penggunanya. Karena instagram memiliki fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih menarik, dan estetik. Selain itu Instagram dapat

digunakan untuk bertukar pendapat melalui kolom komentar pada postingan foto maupun vidio yang di upload.

4. LinkedIn

Media sosial LinkedIn merupakan jejaring sosial dalam bidang informasi pekerjaan atau lowongan pekerjaan. LinkedIn mempunyai konsep yang unik, dimana sebagian besar penggunaannya adalah profesional yang memiliki latar belakang bisnis. Seperti sebuah identitas, LinkedIn merupakan media untu memperkenalkan diri ke calon kolega atau perusahaan dengan tujuan yang beragam.

5. Twitter

Twitter ialah media sosial yang banyak digunakan juga oleh masyarakat untuk mendapatkan informasi seperti Facebook. Twitter lebih banyak digunakan oleh orang-orang yang memiliki pengaruh seperti di bidang politik artis, pendidikan, dan sebagainya. Banyak politisi yang menggunakan twitter untuk menyuarakan pendapatnya. Twitter juga bisasaling menanggapi twitt satu dengan yang lainnya.

6. Whatsapp

Media sosial whatsapp ialah jaringan media yang bersifat berkirim pesan, seperti aplikasi chat, atau SMS dengan menggunakan jaringan internet. Whatsapp hanya perlu mendaftarkan dengan nomor telpon, dengan begitu secara otomatis nomor yang tersimpan di kontak Handphone otomatis tersimpan. Setiap pengguna Whatsapp dapat berkirim pesan baik berupa gambar, vidio, tulisan dan bisa berkirim pesan suara (VN). Whatsapp sangat efektif dalam berkirim pesan selama masih memiliki jaringan internet.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan media sosial *Instagram* @hawaariyyun karena

Instagram merupakan media terpopuler bagi semua kalangan terkhusus digunakan oleh *digital native*. Instagram telah mengalihkan sebagian kehidupan digital native sepanjang hari. Fitur-fitur instagram membuat anak muda millennial betah menghabiskan waktu menikmati fasilitas media sosial instagram. Instagram memiliki fitur upload foto, vidio, edit foto snapgram seperti adanya filter, caption, efek unik, dan stiker atau gift lucu), selain itu ada instastories yang berdurasi 15 detik, boomerang, superzoom, rewind, tata letak, handsfreem dan slow motion.

Saat ini instagram banyak digunakan digital native dalam berbisnis, membuat konten dan lainnya. Seperti halnya akun instagram @hawaariyyun menggunakan media sosial Instagram sebagai media menyampaikan pesan dakwah.

4. Fungsi Media Sosial

Sosial media memiliki beberapa fungsi sebagai berikut :⁵¹

- Sosial media didesain untuk memperluas intraksi sosial manusia dengan menggunakan jaringan internet.
- Sosial media mejadi praktik komunikasi kebanyakan audiens (many to many).
- Sosial media mendukung pengetahuan dan informasi bagi audiens.

McQuail berpendapat bahwa fungsi media bagi audiens ialah :⁵²

- a. Informasi
- Inovasi, adaptasi, dan kemajuan.

⁵¹ https://prezi.com/vddmcub_-ss_/social-media-definisi-fungsi-karakteristik/ . diakses pada tanggal 14 April 2021

⁵² Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Jakarta : Erlangga, 1992), hal. 71

b. Korelasi

- Menjalankan, menafsirkan, mengomentari makna suatu kejadian dan informasi.
- Menunjang otoritas dan norma yang baik.
- Mengkordinasi bebrapa kegiatan.
- Membentuk kesepakatan.

c. Kesenambungan

- Mengekspresikan budaya dominan dan mengakui keberadaan budaya. Khusus (subculture) serta perkembangan budaya baru.
- Meningkatkan dan melestarikan nilai-nilai.

d. Hiburan

- Menyediakan hiburan, peralihan perhatian, dan relaksasi
- Menurunkan ketegangan sosial.

e. Mobilisasi

- Menyuarakan tujuan masyarakat dalam bidang politik, perang, pembangunan ekonomi, pekerjaan, dan bidang keagamaan.

5. Efek Media Sosial

Dalam menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari telah menjadikan media sosial sebagai kebutuhan primer. Masyarakat menggunakan media sosial bukan hanya melihat-lihat postingan yang ada namun lebih dari itu.

Menurut Arif Rohmadi, media sosial memiliki efek positif diantaranya sebagai berikut:⁵³

⁵³ Arif Rohmadi, *Tiga Produktif Ber-Sosial Media*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2016), h. 2.

a. Mendapatkan informasi

Banyaknya informasi yang di dapat dari media sosial seperti, lowongan pekerjaan, informasi beasiswa, informasi seputar pengetahuan baik pelajaran akademik maupun non akademik, serta informasi mengenai agama atau pesan dakwah.

b. Menjalin Silaturahmi

Dengan adanya media sosial kita dapat berintraksi meski dengan jarak yang jauh dengan pengguna lainnya, sehingga tercipta komunikasi, baik dengan teman, kerabat, maupun orang baru.

c. Kegiatan Sosial

Media sosial memudahkan dalam gerakan sosial seperti penggalangan dana. Informasi ini bisa diterima oleh orang banyak dan menyebar secara cepat. Oleh sebab itu, semakin banyak yang menerima informasi semakin banyak pula orang yang ingin berdonasi

d. Branding

Branding ialah kegiatan komunikasi yang dilakukan perseorangan atau kelompok untuk memperkenalkan brand (merk) yang ditawarkan agar brand tersebut dikenal. Semakin berkembangnya zaman saat ini, branding dapat dilakukan secara individual atau yang biasa kita kenal dengan istilah personal branding.

e. Promosi

Media sosial memudahkan para pembisnis untuk mempromosikan produk atau jasa yang dimiliki. Hal ini membuktikan bahwa media sosial sangat efektif dalam mempromosikn, karena dapat memberikan informasi yang cepat dan terupdate.

Selain dari pada media sosial memiliki efek positif, maka media sosial pun memiliki efek negatif, yaitu :

- a. Mengabaikan orang sekitar karena terlalu fokus sehingga terjebak pada media sosial
- b. Mudahnya berintraksi melalui media sosial membuat intraksi secara tatap muka cenderung menurun. Hal ini membuat seseorang malas untuk bersosialisasi dengan lingkungan sekitar.
- c. Mudahnya dalam mengakses media sosial membuat ketergantungan atau kecanduan dalam bermain media sosial hingga lupa waktu.
- d. Adanya pengaruh buruk jika kita tidak mampu mengolah dalam menggunakan media sosial dengan bijak sesuai kebutuhan kita.
- e. Adanya kejahatan cyber media, dimana kejahatan yang dilakukan dengan cara meretas akun media sosial, lalu digunakan untuk menipu. Oleh sebab itu perlu hati-hati dalam menggunakan media sosial.
- f. Tidak ada batasan dalam memanfaatkan media sosial, dengan begitu Media sosial ialah wadah untuk mengeluarkan pendapat. Dimana bagi setiap pengguna memiliki hak mengeluarkan pendapat. Hal ini bisa menimbulkan konflik jika tidak hati-hati dalam berucap.

BAB V

KESIMPULAN

A. Simpulan

Berdasarkan penelitian dan analisis data yang telah dilakukan dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Pesan-pesan dakwah yang terdapat dalam akun Instagram @hawaariyyun
 - a. Akidah yaitu menyakini bahwa Allah itu ada, percaya bahwa tiada Tuhan selain Allah, percaya pada utusan-utusannya, serta percaya pada hari kiamat. Percaya bahwa Allah sebaik-baik penolong, Maha Mengetahui, Maha Pengampun, Maha Mendengar, selalu mengawasi, dan mengabulkan segala permintaan. Percaya kepada Rasul Allah sebagaimana percaya pada Utusan-utusannya dengan meneladani sikap atau akhla, dan mengamalkan setiap ajaran yang telah diamanahkan. Kemudian percaya bahwa adanya hari akhir, hal ini mengingatkan kita untuk selalu taat akan perintah Allah dan bersyukur atas segala nikmat yang telah Allah berikan. Judul video yang terdapat pesan dakwah Akidah yaitu :

Hambar, Cita-cita, Shinzou Wo Sasageye, Jadi sahabat.
 - b. Syariah dimana dalam pesan dakwah Syariah dibagi menjadi dua kategori yaitu : Ibadah dan Muamalah. Ibadah itu sendiri terdiri dari Ibadah yang cara mengerjakannya tidak dapat diwakilkan oleh siapapun, ibadah ini disebut Ibadah Mahdah. Selain Ibadah Mahdah ada juga Ibadah yang dapat diwakilkan biasa disebut Ibadah Ghaira Mahdah.

Sedangkan Muamalah ialah bentuk dari hukum seperti hukum niaga dan hukum nikah. Seperti hukum dalam

beribadah, zakat, dan infak, jual beli dan lainnya. Judul vidio yang terdapat pesan dakwah Syariah yaitu :

Cita-cita, Siapa yang berkuasa, Masih bodo amat, Jadi sahabat, Bukti Cinta.

- c. Akhlak. Akhlak terdiri akhlak kepada Allah bagaimana bersikap dalam berdo'a memohon ampunan dan mengabulkan permintaan, hal ini bentuk akhlak yang baik kepada Allah. Akhlak kepada manusia diman sebagai insan yang hidup didunia harus berbuat baik kepada sesama seperti, saling tolong menolong dalam hal kebaikan , menghindari sifat tercela seperti suuzhon, riya, hasad, mencela dan adu domba sesama saudara. Judul vidio yang terdapat pada pesan dakwah Akhlak yaitu :

Siapa yang berkuasa, Masih bodo amat, Kali aja pada lupa, Shinzou wo sasageye, Pecah hancur sakit.

2. Efek atau *feedback* yang diberikan oleh followers akun Instagram @hawaariyyun berdasarkan respons yaitu respons simpati aktif, antipati, dan komentar pasif. Setelah dilakukan pengolahan data dapat ditemukan hasilnya yaitu *efek afektif* dimana followers akun Instagram @hawaariyyun berkomentar di kolom komentar pada setiap unggahan vidio yang telah dipilih dan menghasilkan respon simpati aktif yang cenderung lebih dominan memberikan dukungan dan tanggapan positif mengenai pesan dakwah yang disampaikan, selain itu ada respon antipati yaitu respons yang tidak suka dengan penyampaian pesan dakwah yang dilakukan akun Instagram @hawaariyyun, kemudian itu respon pasif yang memberikan feedback dengan tidak ada kaitannya sama sekali sebagaimana pesan dakwah yang telah disampaikan.

B. Saran

Adapun saran-saran yang akan disampaikan peneliti ialah:

1. Sebagai content creator akun Instagram @hawaariyyun untuk lebih sering mengupload video terbaru, agar dakwah melalui media sosial Instagram lebih menarik dan dinanti publik.
2. Akun Instagram @hawaariyyun bisa menambahkan gambaran atau ilustrasi dalam setiap postingan video, guna memperkuat dan lebih baik untuk diingat agar membekas, serta apa yang telah disampaikan akan memberikan dampak yang lebih besar.
3. Untuk pengguna media sosial Instagram. Peneliti menyarankan untuk memfollow akun Instagram @hawaariyyun karena konten yang disajikan sesuai dengan kejadian sehari-hari dan seputar lingkungan kita.
4. Bagi para da'i dan da'iyah yang baru ingin terjun ke dunia dakwah belajarlah pelan-pelan. Peneliti menyarankan untuk menjadikan video yang telah diunggah akun Instagram @hawaariyyun sebagai referensi.

C. Penutup

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT yang telah memberi rahmat, hidayah, serta nikmat-Nya kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan sesuai ketentuan yang berlaku.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih banyaknya kekurangan semua karena keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang dimiliki. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat dibutuhkan bagi penulis agar kedepannya bisa menjadi lebih baik lagi dalam penulisan karya-karya kedepannya.

Akhir kata penulis ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang banyak membantu dan memberikan arahan dalam

menyelesaikan skripsi ini, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca. Mohon maaf, atas segala kekhilafan penulis dan kepada Allah SWT mohon ampun.



DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Arif Rohmadi, *Tiga Produktif Ber-Sosial Media*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2016)

Asep Muhiddin, *Dakwah Dalam Prespektif Al-Qur'an* (Bandung: CV Pustaka Setia)

Asmuni Syukir, *Dasar-dasar Strategi Islam*. Surabaya : Al Ikhlas

Aziz Ali Moh. *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Kencana, 2009)

Denis McQuail, *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Jakarta : Erlangga, 1992)

Faizah. Lalu Muchsin Effandi. *Psikologi Dakwah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006)

Hamzah Yaqub, *Politik Islam*, (Bandung: Diponegoro, 1992)

Hasanudin, *Hukum Dakwah Tinjauan Aspek Dalam Berdakwah Di Indonesia* (Jakarta: PT.

Pedoman Jaya, 1996)

I Made Winartha, *Pedoman Penulisan Usulan Penelitian, Skripsi dan Tesis*, (Yogyakarta :

ANDI, 2006)

Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2008)

Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*, cet. ke 3, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004)

Kartini kartono, *Pengantar Metodologi Research*, (Bandung : ALUMNI, 1993)

M, Munir, *Metode Dakwah* (Jakarta: Kencana)

M. Atar Semi, *Metode Penelitian Sastra*, (Bandung : ALUMNI, 1998)

M. Yunan Yusuf, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana, 2006)

M.Arifin, *Psikologi Dakwah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2000)

- Mahmud Yunus, *Kamus Arab-Indonesia* (Jakarta: Yayasan Penyelenggara
Penerjemah/Penafsiran Al-Qur'an. 1972)
- Masdar Farid Mas'udi, *Dakwah Membela Kepentingan Siapa* (Jakarta: p3m Pesantren, 1987)
- Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah* (Jakarta:Prenade Media Group. 2004)
- Muhammad Qadaruddin Abdullah, *Pengantar Ilmu Dakwah* (Qiar Media, 2019)
- Muhammad Teguh, *Metodelogi Penelitian Ekonomi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005)
- Munir, *Manajemen Dakwah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006)
- Munzien Suparta. Harjani Aefni. *Metode Dakwah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009)
- Nandi Abdallah Pahlevi, *Pengaruh Media Sosial dan Gerakan Massa Terhadap Hakim*,
(Surabaya : Cipta Media Nusantara, 2021)
- Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*
(Simbiosis Rekatama Media : 2017)
- Rulli Nasrullah, *Teori dan Riset Khalayak Media* (Jakarta : Prenadamedia Group, 2019).
- Sari Wahyuni, *Qualitative Research Method* (Jakarta : Selemba Empat, 2012)
- Samsul Munir, *Ilmu Dakwah* (Jakarta: Amzar, 2009)
- Sudarwan denim, *Menjadi Peneliti Kualitatif* (Bandung : pustaka setia, 2002)
- Sulhawi Rubba, *Dakwah Bil-Rihlah Metodologi Islamisasi dan Indonesiawi* (Surabaya : Lisanalam Press, 2010)

Susanto Astrid, *Komunikasi Dalam Teori dan Praktek*, (Bandung: Bina Cipta 1997)

Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementrian Perdagangan RI*, (Jakarta : Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, 2014)

Toto Tasmara. 1997. *Komunikasi Dakwah*, Jakarta : Gaya Media Pratama

Wahid Saputra. *Pengantar Ilmu Dakwah* (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2011)

Sumber Internet :

Departemen Agama RI Sekretariat Jenderal Biro Organisasi dan Tatalaksana, *Teknik Perumusan*

Visi dan Misi di Lingkungan Departemen Agama, 2006, dalam

<http://www.ntbl.kemenag.go.id>

KBBI.web.id/Koresponden diakses pada Tanggal 11 Maret 2021

<https://prezi.com/vddmcub-ss/social-media-definisi-fungsi-karakteristik/>

Mishler, A. (2019, Maret 8). *Mengenal Sosok Hawaariyyun* [Vidio]. YouTube,

<https://youtu.be/n5ikMVECEpM>

“Instagram” (on-line), tersedia di:
<https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>. diakses pada 22 Desember 2020

[Wikipedia.org/wiki/media_sosial](https://id.wikipedia.org/wiki/media_sosial).

Sumber Skripsi dan Jurnal :

Asna Istya Marwantika, *Potret dan Segmentasi Mad'u Dalam Perkembangan Media di Indonesia*, Jurnal Al-Adabiya. Vol 14 No. 01 (2019)

Nur Rohmah, *“Dakwah Melalui Instagram (Studi Kasus Materi Dakwah Dalam Instagram Yusuf*

Mansyur, Felix Siauww, Aa Gym, Arifin Ilham)”. (Skripsi Program Sarjana UIN Walisongo, Semarang, 2016

Rangga Aditya. *“Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi Pada Komunitas*

Fotografi Pekanbaru”. Pekanbaru: Jom FISIP Volume 2 No. 2 (2015)

Museum Nasional Indonesia (MNI) Kepala Masyarakat” Jurnal Komunikasi vol 9 No. 2 Tahun 2018

Faisa Nugra Arifin, *Efektivitas Akun Instagram @Filmnasional Dalam Pemenuhan*

Kebutuhan Informasi Followers, e-Proceedig of Management : Vol, No.3 Desember 2015

Nur Rohmah, *“Dakwah Melalui Instagram (Studi Kasus Materi Dakwah Dalam Instagram Yusuf Mansyur, Felix Siauww, Aa Gym, Arifin Ilham)”*. (Skripsi Program Sarjana UIN Walisongo, Semarang, 2016)

Rangga Aditya. *“Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Fotografi Pada*

Komunitas Fotografi Pekanbaru”. Pekanbaru: Jom FISIP Volume 2 No. 2 (2015)